

право быть предпринимателями. Эти слои общества стимулируют предпринимательство и экономическое развитие. В этом отношении к маргинальным культурным группам общества относятся евреи в Средневековой Европе, китайцы в Южной Африке, индийцы, проживающие в Восточной Африке и т. д. Основание Хозелинца выводится из следующей точки зрения [1]:

1. Гипотеза маргинальных людей – Хозелиц объяснил, что маргинальные люди являются источниками развития предпринимателей. Эти маргинальные люди обладают способностью приспосабливаться к изменяющимся ситуациям, несмотря на их неоднозначное социальное и культурное положение. В процессе адаптации они изменяют свое социальное поведение.

2. Важность управленческих и лидерских навыков – предприниматели должны обладать исключительными лидерскими и управленческими навыками, которые заставили бы их приносить прибыль. Хозелиц подчеркивает тот факт, что управленческие и лидерские навыки необходимы для компании, поскольку они не только помогают хорошо управлять компанией, но и мотивируют предпринимателей к лидерству.

Теория предпринимательства Питера Ф. Друкера.

Питер Ф. Друкер объяснил, что предприниматели – это те, кто постоянно ищет новые пути для изменения и использует это изменение как возможность. Теория Друкера основана на двух важных факторах: инновации и ресурсы; инновации зависят от ресурсов, а ресурсы приобретают значение только тогда, когда воспринимаются как имеющие экономическую ценность. Инновационные идеи, а также новые продукты или любые элементы, связанные с его бизнесом, помогают ему повысить свою производительность. Точно так же ресурсы, такие как капитал, важны для внедрения новых инноваций. Теория объясняет, что существует сложная взаимосвязь между инновациями, ресурсами и поведением предпринимателей. Питер Ф. Друкер вывел три основных момента, которые помогают объяснить роль предпринимателей [2]:

1. Предприниматели повышают ценность и удовлетворенность клиента за счет эффективного использования ресурсов.

2. Предприниматели несут ответственность за создание новых ценностей.

3. Предприниматели должны объединить имеющиеся материалы и ресурсы.

Данные теории предпринимательства, как и многие другие, имеют свои риски, например, такие, как: непредсказуемость поведения бизнес-партнёров, недостаточное количество информации, неопределённость будущего времени. Но существует множество способов сократить риски, в частности, диверсификация, страхование рисков, финансовые фьючерсы.

Заключение. Не существует единой предпринимательской теории, которой было бы достаточно для любого предпринимателя, чтобы работать в конкурентной среде, однако большинство теоретиков не в состоянии объяснить различные аспекты предпринимательства. Культурные теории являются одним из таких примеров, когда культурные аспекты рассматриваются для мотивации предпринимателей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://ru.wikipedia.org/wiki/Стратегическое_управление – Дата доступа: 06.03.2020.

2. Учебные материалы для студентов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://center-yf.ru/data/Menedzheru/Strategicheskii-menedzhment.php> – Дата доступа: 06.03.2020.

УДК 33

EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Н.П. Крапивин, студент группы 10503117 ФММП БНТУ

Е.И. Рыжко, студентка группы 10508118 ФММП БНТУ,

научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик

Резюме – Event менеджмент в Республике Беларусь только начинает пользоваться популярностью в компаниях. В связи с этим возникает потребность в повышении квалификации специалистов в данной области, а также в выработке мероприятий и практических рекомендаций по повышению эффективности данного вида деятельности в организациях Республики Беларусь.

Summary – Event management in the Republic of Belarus is just beginning to be popular in companies. In this regard, there is a need to improve the skills of specialists in this field, as well as to develop measures and practical recommendations to improve the effectiveness of this type of activity in organizations of the Republic of Belarus.

Введение. Event management (от англ. event - «событие») - комплекс событий, ориентированных на организацию различных спортивных, развлекательных и деловых мероприятий (корпоративные праздники, вечеринки, конференции). Данный вид менеджмента возник в результате преодоления кризиса традиционной рекламы. Некоторые компании используют мероприятия как своеобразную рекламу своего продукта. Если раньше мероприятия, организуемые компаниями, носили больше развлекательный характер, то сейчас они проводятся для

того, чтобы закрепиться в умах потребителей на долгое время, привязать клиентов к себе. Но из-за старых взглядов на пиар в Беларуси event-маркетинг не пользуется популярностью [1].

Основная часть. Сам специалист в данной области носит название – event-менеджер. Особенностью профессии является наличие следующих навыков: многозадачность, креативность, сверхбыстрый темп работы. В странах Европы уже несколько лет подготавливают профессиональных event-менеджеров. В Республике Беларусь можно найти только курсы по специальности «Организатор мероприятий (Event-manager)». Данную услугу оказывает институт бизнес технологий. [2]. Максимальной популярности event-менеджмент достиг в Великобритании, там можно получить магистерскую и академическую степень в данной области.

Услуги event-менеджера широко востребованы в крупных корпорациях, СМИ, гостиничном и туристическом агентствах. В Беларуси уже многие компании пользуются услугами специалиста event-индустрии. Например, уже несколько лет фестивали «Белый квадрат», «Всемирная неделя предпринимательства», стартап-хаб «Imagugu» успешно пользуются услугами event-менеджеров.

При организации мероприятий event-менеджер может столкнуться с трудностями. Например, технологии, популярные в европейских странах, могут сработать совершенно иначе в Беларуси. Поэтому стоит аккуратно экспериментировать с методами подготовки мероприятия. Также проблемой является недостаточное наличие высококвалифицированных специалистов по event-сфере в Беларуси. Компаниям невыгодно содержать целый штат event-менеджеров и постоянно выплачивать им зарплату, повышать их квалификацию. Куда выгоднее нанять на выполнение временного проекта специалиста. Это выгодно как одиночным event-менеджерам (они могут работать по свободному графику, и не привязаны к одному рабочему месту), так и агентствам, ведь они могут набирать любые кадры на свое усмотрение. Одной популярной проблемой таких агентств является нежелание поощрять своих сотрудников. Данная проблема может быть связана с большими расходами на сам процесс организации мероприятий. Но тогда возникает вопрос о компетентности данных агентств. Это может сказаться на дальнейшем сотрудничестве с агентством, повлиять на падение рейтинга компании и привести даже к дефолту. Так, например, для достигшего своего максимума профессионала логичным будет приглашение к партнерству на постоянной основе. Но зачастую опытные сотрудники не получают такого приглашения, уходят из агентств, создают свои компании и уводят клиентов со своего старого места работы. [3]

Чтобы избежать такой проблемы, можно опытным сотрудникам предлагать максимальный процент от гонорара за заказ, бесплатные абонементы в фитнес-центры, отпуск в любое время за счет компании. Это будет не только привлекать новых работников, но и позволит повысить статус в глазах клиентов.

Одной из проблем белорусского event-менеджмента является использование устаревших методов пиара мероприятия, это приводит к потере возможных посетителей, если это, например, открытая конференция, либо к затруднению поиска клиентов на платные лекции. Также частой проблемой является техническая необразованность event менеджеров. На небольших мероприятиях это часто играет против них.

В последнее время одиночные игроки в event-индустрии встречаются достаточно редко. Зачастую происходит коллаборация даже между агентствами, их частичное слияние, единичные совместные проекты. Это помогает стабилизировать бизнес в области организации мероприятий и исключает конфронтации между компаниями.

Заключение. Так как данная тематика только начинает набирать популярность в Беларуси, можно сделать вывод: следует актуализировать event менеджмент во всех сферах бизнеса, это позволит поменять стратегии в маркетинге, а также организации мероприятий, как частного, так и государственного характера.

ЛИТЕРАТУРА

1. Event-менеджмент: проблемы и перспективы развития [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://e-koncept.ru/2016/76347.htm> – Дата доступа: 01.02.2020.
2. Организатор мероприятий (Event-manager) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ibt.by/bazovyye-kursyi/master-kursyi/organizator-prazdnikov.html> – Дата доступа: 02.02.2020.
3. Ивент-менеджмент [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://odiplom.ru/lab/ivent-menedzhment.html> – Дата доступа: 27.02.2020.

УДК 65.014.1

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ ОРГАНИЗАЦИИ

*П.О. Кривеня, М.В. Аскольченко, студентки группы 10503117 ФММП БНТУ
научный руководитель – канд. экон. наук, доцент О.Н. Монтик*

Резюме – В данной статье отражены основные принципы управления персоналом в организации, возможные проблемы, с которыми чаще всего можно столкнуться и пути их решения, а также представлены способы совершенствования системы управления персоналом.

Summary – This article reflects the basic principles of personnel management in the organization, possible problems that can most often be encountered and ways to solve them, as well as ways to improve the personnel management system.